



State Water Resources Control Board

Terry Tamminen
Secretary for
Environmental
Protection

Office of Public Affairs
1001 I Street • Sacramento, California 95814 • (916) 341-5254
Mailing Address: P.O. Box 100 • Sacramento, California • 95812-0100
FAX (916) 341-5252 • Internet Address: <http://www.swrcb.ca.gov>



Arnold Schwarzenegger
Governor

ELIMINA LOS DESPERDICIOS – Tu Vecindario Cuenta

Campaña De Prevención de la Contaminación de los Sistemas de Drenaje Causada por las Aguas Lluvias del Condado de Los Angeles

HOJA DE DATOS - PUBLICIDAD

Resumen de la Campaña

- El esfuerzo de educación pública acerca de la contaminación de los sistemas de drenaje del *State Water Resources Control Board* se centra en un tema – *Elimina los Desperdicios – Tu Vecindario Cuenta* – un mensaje positivo que alienta a todos los residentes y personas interesadas a que se unan a sus comunidades y ayuden a reducir la contaminación y que sean “parte de la solución a la contaminación”.
- Una campaña publicitaria de alta visibilidad es la primera parte de este esfuerzo y llevará el mensaje prevención de la contaminación “*Elimina los Desperdicios – Tu Vecindario Cuenta*” a los residentes del Condado de Los Angeles.
- El 50 por ciento del presupuesto total de la campaña de \$5 millones será usado para la publicidad, la cual incluye mensajes en la prensa escrita, radio y televisión – incluyendo el uso del primer esfuerzo publicitario enfocado en la contaminación en Los Angeles. Los fondos de la campaña provienen del *Cleanup and Abatement Account (CAA)* de California, que obtiene fondos de decisiones de la corte y sanciones administrativas en contra de contaminadores corporativos, gubernamentales e industriales. Todos los fondos de CAA, por ley, deben ser utilizados para propósitos que se enfoquen en agua limpia y no representan impuestos pagados por el público.
- Los primeros anuncios publicitarios saldrán al aire el 4 de agosto de 2003 y se transmitirán hasta el 5 de octubre de 2003.
- Los anuncios están diseñados específicamente para aquellas personas que han sido identificadas a través de estudios como los “más grandes contaminadores y los más propensos a cambiar su manera de actuar”. Estas personas son aproximadamente el 72 por ciento de la población del Condado de Los Angeles y representan a todos los grupos étnicos, sexos y niveles socio-económicos.
- Todos los comerciales han sido producidos tanto en inglés como en español para que sean relevantes a las diferentes audiencias en el Condado de Los Angeles.

Mensajes Clave

- La campaña utiliza una combinación de situaciones dramáticas y humorísticas que ilustran las consecuencias de la contaminación – con un énfasis en la salud y la seguridad de los niños.
- Los anuncios utilizan mensajes específicos y directos (que se enfocan en varios de los causantes de la contaminación en la región – la basura, las colillas de cigarrillo y el desecho de perro) y ofrecen acciones diarias y simples para alentar a que la gente disminuyan sus acciones que causan la contaminación.
- Todos los anuncios promoverán y alentará al público a visitar el sitio de Internet, www.erasethewaste.com, el cual los residentes pueden visitar para recibir más información acerca de cómo reducir la contaminación en el Condado de Los Angeles y aprender más acerca de la campaña. Los materiales clave creados específicamente para el nuevo sitio también están disponibles en español..

Resumen de la Publicidad

- Televisión – un comercial de 30 segundos titulado “Amenaza a la Salud” (enfoque: contaminantes múltiples)
- Radio – tres anuncios de 60 segundos titulados “Una por el Equipo” (enfoque: los desperdicios); “Quédese con sus Colillas” (enfoque: colillas de cigarrillo); “¿Sé Té Cayo Algo?” (enfoque: desecho de perro)
- Prensa Escrita – tres anuncios titulados “Amenaza a la Salud” (enfoque: los desperdicios); “Acto y Consecuencia” (enfoque: colillas de cigarrillo); “¿Sé Té Cayo Algo?” (enfoque: desecho de perro)

Producción

- La campaña publicitaria Elimina los Desperdicios fue desarrollada por la agencia Big Honkin’ Ideas (BHI) de Santa Monica para la agencia de relaciones públicas y mercadeo, Rogers & Associates de Los Angeles, la agencia encargada de la educación pública de la campaña.